

全产业链提升,推动防水行业高质量发展

□中国建筑防水协会秘书长 朱冬青

防水行业大格局已经基本确定

回顾“十三五”，建筑防水全行业以国家产业政策为导向，以持续深化供给侧结构性改革为主线，坚持转型、创新、融合、绿色的发展理念，坚持创新驱动，不断深化质量提升和推动转型升级，不断向高质量发展迈进，建筑防水行业大格局已经基本确定，这主要表现在以下五个方面。

一是市场结构格局。多年的产品质量提升和供给侧结构性改革，国标产品已经成为市场主流产品，非标产品市场空间不断被压缩。时至今日，全国公开招投标市场已基本杜绝了以非标产品为招标标的的招投标行为，行业主要企业也基本杜绝了非标产品的生产。

二是行业结构格局。通过行业重组，央企和上市公司纷纷加入行业，产业与资本市场融合，行业市场集中度得以提高；头部企业和联盟企业技术装备水平不断提升，财务状况逐年改善，行业主要上市企业、联盟企业已成为修复行业生态和推动行业健康发展的引领者。

三是行业发展格局。单一材料供应商向系统服务商转型，已成为企业转型升级的主要方向；与此同时，全产业链发展也成为行业发展的必然。

四是市场供求格局。大房建、大基建、“两新一重”、城镇老旧小区改造以及消费升级等市场需求引导行业发展；标准引领特别是全文强制规范《建筑和市政工程防水通用规范》即将落地，行业需求“天花板”被打开。

五是行业管理格局。行业管理由行政手段转为市场行为，包括卷材生产许可证、准入条件等行政法规的取消以及营商环境的进一步优化，标志着行业管理已向质量安全、节能环保和绿色发展等市场调节方向转化。

“十四五”期间的机遇与挑战

“十四五”期间，建筑防水行业将进入后疫情时代、后许可证时代以及全文强制防水规范实施时期，同时也将进入推进高质量发展，构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进新发展格局的新阶段，无疑将面临诸多重大机遇与挑战。

机遇方面，国内大循环、国内国际双循环将确保建筑防水市场容量稳中有升，“两新一重”、大房建、大基建、老旧小区及渗漏修缮等机遇依然存在；行业不断重组将进一步提高行业集中度，提升行业价值；全文强制防水规范的颁布实施，将进一步打开行业需求“天花

板”，具有耐久、环保优势的防水材料将赢得巨大发展机遇；行业职业技能提升和产业工人的培育、防水工程质量保证保险机制的探索和建立、行业生态的进一步改善等等，都将成为行业“十四五”时期的发展机遇。

机遇与挑战总是相伴而生的。“十四五”时期，在高质量发展的总要求下，行业在风险控制，包括企业金融风险、财务风险、投资风险等等，以及生态净化、原材料价格波动等方面，仍将面临巨大挑战。

那么，进入“十四五”，行业产品质量提升的方向和着力点分别在哪里？在新的发展格局和运行环境下，行业推动转型升级的具体思路有哪些呢？

今后，政府放管服改革肯定还会继续。防水行业下一步的质量提升，在产品方面怎么做，也是我们在一直思考的问题。拿我们防水行业来说，最直接、最严格的管理手段生产许可证制度已经取消，由政府出台行业许可、市场准入等政策做法也不会再有了。

看清了政府这样一种放管服改革的思路，我们要从几个方面去推动行业的提升，不仅仅是产品质量的提升，而是全产业链的提升；要推动绿色发展，逐年提高行业环保节能的门槛，建立由第三方机构参与的防水行业绿色认证体系，推动绿色工厂、绿色制造、绿色产品、绿色建筑，将行业的绿色发展坚持下去。全产业链提升加上绿色发展，将来行业的所谓“非标”也就不再有生存空间。这是第一点。

第二点，就是要通过全文强制防水规范的编制实施，来推动行业向高水平发展。以前，行业对工程规范与生产制造端的关系认识很不到位。现在，有了全文强制防水规范，它可以打通制造业的高质量发展与需求侧高品质趋势之间的实现路径。因为工程规范提出了非常高的要求，这些要求是需求侧根据老百姓对美好生活的愿望来提出的，一旦以法规形式强制实施，就要求生产制造端的各方面水平也必须达到一个新的高度。所以，全文强制防水规范一旦实施，不仅仅工程端的地下规范、屋面规范要提升，我们行业的产品标准也都会相应去提升。

在短期内，行业对于产品和系统耐久性、可靠性的评价还不会完善，某个产品或系统还不能从第三方那里取得一个可以15年、20年或25年耐久和安全使用的认证，行业暂时还需要通过提高防水层厚度或道数来满足工程耐久年限的要求，但不会永远这样。我们正在组织相关机构编制满足全文强制防水规范要求的产品耐久性和安全通用规范以及检测



测方法，同时还会推出第三方认证评价标准。关于“十四五”防水行业的发展方向，我们提的是“四高”：高性能、高耐久、高环保、高可靠性，这是我们的方向。

这里重点说说高可靠性。防水工程作为最终产品，它的高可靠性，涉及诸多方面。它不仅牵涉到材料的供应，还包括系统的供应，只有全部供应都提供了可靠的产品和系统，才构成一个高可靠性的物质基础，然后还需要设计与施工把工艺、技能、质量保证集成在一起，才形成整个工程端或需求端的高可靠性。

防水工程的高可靠性，材料是基础，而防水产品的高可靠性的实现，需要通过绿色发展，通过标准引领，还要通过整个行业技术装备水平的提升。所以，我们提出要搞二代防水装备技术，“十四五”期间将立项研究，解决目前中国防水行业的“卡脖子”技术问题。比如，现在高分子卷材装备主要依靠引进，这些“卡脖子”的问题一定要解决，实现装备的全面提升。

制造端提升以后，服务端、工程端跟着提升，最后再加上一个质量保证的环节，就构成了一个全产业链提升的路径，这就和我们行业前五推动的产品质量提升有了本质上的区别。

前五年行业的持续产品质量提升，虽然是行业自拉自唱式的，但是也给了我们很多成果，而这些成果的一个重要作用就是推动了我们去做整个产业链的提升。

关于建立防水工程质量保证保险机制，想谈谈个人的一些看法。在建设工

程领域，建立防水工程质量保证保险制度，防水行业没有办法去主导，但我们一定要去推动。如果我们不去推动，就可能长久跨不出从0到1的这一步。我们要先让它有，然后再慢慢去完善、健全，再变成一种制度或机制，这可能是一个比较漫长的过程。

行业已经有人在做一些尝试，但这种尝试还都是一些个体行为，希望能够找到一些规律，变成一种行业行为，然后去推动它成为一种制度。

最近深圳住建系统有一位主抓“十四五”规划的领导，在一次会议上专门提出来，深圳建设工程领域的质量提升和防水有很大关系，防水是基础，如果房子都在漏，那就不叫质量提升。所以这位领导给深圳防水协会下了一个课题，要求协会制定一个遏制建筑渗漏的路线图和时间表。

目前，在住建系统，有些专家提出，先对现有的施工工艺进行提升，然后倒逼材料提升，工程的渗漏率就可以降下来了。我认为，这里面有一个问题就是制度不健全。首先必须有一个好的机制，这个机制可以推动材料和施工工艺两侧同时发力，质量才能上去。仅是侧发力，仅是提出一个最优化的工艺，如果材料没跟上，工人施工技能也没跟上，防水工程最终责任人的质量责任险不确定，是肯定不能解决建筑渗漏问题的。

关于提升防水质量的设想与建议

这就给我们一个启发，就是说我们不能只是光在这里喊质量提升，一定还

要有一个所谓“场景的描述”，就是到2025年那个点的时候，建筑渗漏的遏制达到怎样一种程度？防水主体寿命延长的具体目标是什么？对此要有具体的描述，这也应该是行业“十四五”规划中可以进行考核的具体目标。所以对于工程质量的提高，降低工程渗漏率这个问题，我们一定要找到这样一个路径，建立这样一种机制，最后成为一个制度；不管我们的起点在哪里，但是我们的目标已经确定是在那里，然后我们在接下来的“十四五”就努力去做这件事情。

其实，从机制上去提高防水工程质量，我们也一直在呼吁，一直在参与政策建议。在2017年的时候，我们协会接了住建部的一个关于如何提高我国建筑防水工程标准和质量的课题。在提交的课题报告中，有很大的篇幅讲述了国外屋面和防水行业的质量管理办法、质量保证体系的现状与实施经验，同时也结合我国的现状提出了设想与建议，主要有这么三点：

第一点就是要在建筑规范中明确规定建筑防水工程的设计使用寿命。这一项工作，从2017年开始我们一直在推，到现在全文强制防水规范终于把它定了下来。防水工程设计使用寿命有了具体规定，对下一步开展产品标准提升、质量提升，推动工程质量保证保险制度都会有一个非常好的促进。

第二点就是要推动建立认证制度。工程质量保证体系中，想要真正引入保险公司，必须要有认证制度。国外保险制度领域对屋面和防水企业是有认证和评级的，而国内还没有。如果没有认证，没有一家保险公司肯给你5年、10年、15年的工程质量保险，除非你先将大笔钱压在保险公司，如果漏了就先拿这个钱来赔。这样的做法，不是我们行业想要的。我们必须要把风险转移。我们在保险那里花钱，是要把未来的风险降低。而真正将保险引入进来，认证是最有效的一个手段。

第三点就是大企业必须先行。我们呼吁，在“十四五”，行业大企业要做产品质量保证年限公开承诺的先行者。这是国外的成熟经验，在美国和日本，在产品包装上都会直接印上保证10年、20年或30年这样的标识。这样写，就是企

业对社会的公开承诺。

要建立一个市场准入的门槛，这个门槛就是我们说的普遍承诺的最低质量保证年限。在美国，很多州都有它自己的防水工程质量保证方面的法律规定，2年到5年不等，那是最低的。企业如果拿最低的质量保证到市场上去做，没有人会接受，因为市场上普遍都是明显高于法律最低要求保证年限的产品，这就是“市场准入”。那么企业怎么知道自己的产品有15年、20年或25年的耐久性能呢？这就需要第三方认证，而第三方认证机构要开展这一块工作，又需要一套符合全文强制规范要求的“防水材料（系统）耐久性评价方法和认证标准”。

目前，我们行业还没有一个第三方的评估产品和系统耐久性的试验方法或认证方法，因此还没有办法来证明一种产品和系统具有若干年耐久使用的能力。但我们已经开始在做这方面的工作了，也期待明年可以做出来，然后开展第三方认证，可以给到企业一个其产品或系统能够满足15年、20年或25年耐久使用的第三方认证，也给保险公司一个承保的要件。

另外，在保险这一头，我们将与保监会、保险经纪人或代理机构去做大量的沟通、协商，促成在国内开出一个专门针对防水工程质量的险种，或者在目前已有的住宅工程质量潜在缺陷险中去体现渗漏保险这一块，这都是一些技术问题。总之，我们要通过这样几个方面来对建立防水工程质量保证和保险机制找到一个起点，然后从这个起点开始走下去。

展望未来，防水行业将重点推动数字化转型，构建“智能工业+工程服务+质量保证”的全产业链制度。而行业远景目标则是在2035年将中国建设成为世界防水强国。世界防水中国有这么几个标志：具有与发达国家接轨的防水体系和制度；实施达到世界先进水平的防水规范和产品标准；众多大企业技术装备水平达到国际一流；有企业跻身世界领先行列前3~5名，若干制造商成为世界级企业，并进入世界排名前20，在国际组织中有一话语权。对照这样的目标，目前我国防水产业还有较大的提升空间。

敏华控股斥资40亿元建家居智造基地

日前，由敏华控股集团斥资40亿元打造的陕西家居智造基地项目正式开工。敏华控股官方表示，该项目预计2022年9月建成，建成后将进一步满足国内家居行业快速增长的市场需求，优化敏华在中国西北的产业布局。

据悉，陕西家居智造基地项目总工业用地为1100亩，将建立集研发、制造、销售和服务于一体的智能家居生产线，产品涉及多功能沙发、智能按摩椅、床垫、板式家具等高端家居及配套延伸产业，预计建成投产后可以实现的年产值约20亿元，新增就业岗位约5000个。对于带动当地居民就业，丰富芝华仕产品结构，促进芝华仕及国内家居行业的协同发展有着积极意义。

敏华控股相关负责人介绍道，陕西家居智造基地项目同样是敏华控股市场战略规划发展中的重要组成部分。目前，敏华控股首展的战略规划是通过三线或内陆城市加快在国内零售网络的扩张，陕西家居智造基地正好填补了敏华

集团在西北地区的产业空白，建成后的生产基地有助于敏华控股进一步完善在国内零售市场的产业布局，并将成为敏华控股响应“一带一路”政策，走出国门布局中东市场，推动全球贸易发展的重要一环。

作为有着近30年发展积淀的老牌家居企业，敏华控股专注沙发、床垫及智能家居领域，已经发展成为集研发、制造、销售和服务于一体的大型跨国智能家居企业，旗下品牌先后多次获评“中国民营企业制造业500强”“中国500最具价值品牌”“亚洲品牌500强”等多项荣誉。产能上，2020财报显示，敏华控股总产能达196.8万套，成为全球出货量最大的功能沙发企业。

随着陕西家居智造基地的投产，敏华控股将在国内形成六大产业基地布局，规模将达到30000人，年产值也将突破200亿元。

（谢佳婷）

威盾防水2021财富论坛华东站召开

5月20日，“共携手齐扬帆”威盾防水2021财富论坛华东站在上海举行，向华东区域事业合作伙伴推广交流新产品、新技术、新系统，密切相互间的联系。60余名合作伙伴、客户、经销商代表参加此次论坛。威盾防水董事长郑贤方、南方事业部总经理李可、华东分公司副总经理张波等领导出席。

郑贤方在会上致辞，他表示，建筑绿色、低碳发展是当今大势所趋，也是防水行业的重任。威盾将始终积极结合市场需求变化进行产品改进和创新研发，坚持走绿色可持续发展道路，为打造绿色建筑、人居环境改善、祖国绿水青山事业做出更大贡献。

张波在致辞中表示，公司的发展离不开社会各界的支持。希望大家通过本次财富论坛，感受公司走高品质发展之路的决心和信心，并对公司的产品提出更多更好的意见和建议。李可向来宾们介绍了威盾防水的发展历程、品牌文化及华东分公司下一阶段的营销规划。他



威盾防水董事长郑贤方致辞

强调，华东分公司肩负着为周边地区的事业伙伴提供优质服务，实现与总公司同步发展的重大使命，将在下一步工作中充分发挥品牌优势，致力于与广大新老客户互利共赢。威盾产品开发总监陈林做威盾产品体系介绍，他向与会嘉宾着重介绍了威盾集成屋面轻量化绿色屋顶、城市旧改防水系统、隧道EPO防水等超级产品系列。与会嘉宾也纷纷谈感想，纷纷对威盾防水科技创新和产品品质给予充分肯定。

另悉，会上还举行了威盾南方事业部与合作伙伴的签约仪式。（威盾）

延伸产业链 向“智造”迈进

——聚焦福建南安石材业发展新风向

□吴金业 叶骅婷

石材业，一个传统产业。作为中国建材之乡，福建省南安市石材业闻名遐迩。石材，是南安重要的支柱产业之一，也是南安一张响亮的名片。经济新常态下，南安石材业早已步入转型升级之路。当下的南安石材业，究竟呈现何种状况和转型特征？

全产业链取胜

位于南安市水头镇镇中心中心一带的华辉石材公司，是南安石材业的龙头企业。董事长王清安，是南安石材协会会长，也是全国工商联石材业商会会长。“新冠肺炎疫情对我们的影响不大，我们早就做好了相应的准备。”王清安介绍，去年以来，尽管新冠肺炎疫情对石材业形成了一定的冲击，但华辉石材公司一直以来都十分注重储备原料库存，以应对风险。华辉石材公司的仓库里，常年都保持了3个月的原料库存。这次突如其来的新冠肺炎疫情，对华辉石材公司的生产几乎没有形成不利影响。

去年1月至9月的数据显示，南安石材规模以上企业累计完成产值527.6亿元，同比增长11.5%，有效克服了新冠冠



肺炎疫情的影响。据介绍，南安石材业的原料很大一部分来自海外。这几年，南安石材企业，十分注重布局上游的矿山资源，集体抱团“走出去”争取全球矿山资源。目前，南安全市已有70家企业在海外收购、包销矿山，国内85%石材矿山资源、土耳其20%矿山资源掌握在南安石材企业手中。

除了上游的原料之外，中游的石材机械，俗称“石器”，也成为南安石材业拓展发展空间的一个新方向。

走进南安万福控股集团车间，矿山锯、切割机、打磨机……各类新型石材机械琳琅满目。“经过多年发展，我们如今拥有20多个大品、180多个细分品类，客户遍及省内外。这几年，我们还加大了出口力度。在石材行业景气度不佳的情况下，我们的销售额每年仍然保持两位数以上的高速增长。”万福控股集团相关负责人李煜明说。

万福控股、巨邦机械、海天石机、水南机械……如今的南安石材产业内，一大批本土石材机械装备企业相继冒井崛起，形成一个“石器企业矩阵”。

“南安石材机械产业的崛起，是南安

石材人在加工环节利润率式微的背景下，主动延伸产业链、挖掘新的发展潜力的成果。”南安工信局相关负责人表示，目前，南安石材企业采购的石材装备中，七成来自本地。不仅如此，南安的石材机械企业还向外销售南安石材机械。

从过去简单地卖石材到如今卖“石器”，南安石材机械产业年产值超过百亿元，正加速成为当地产业经济领域的新增长极。

据了解，为进一步加快石材机械产业的发展，今年，南安已启动石材机械辅料展览城项目，拟引进石材机械辅料企业500家以上，为国内外石材、矿山企业提供机械、工具、辅料等整体解决方案。

南安石材业目前已基本完成在上、中、下游的产业全面布局，构建了一个石材业的全产业链。统计显示，目前南安市拥有石材企业1300多家，各类从业人员近10万人。其中，规模以上企业320家，2019年累计完成规模产值达631.5亿元，同比增长21.4%。石材贸易遍及130多个国家和地区，进口、出口石材量分别占全国的60%和55%，是规模最大、种类最齐全的世界级石材生产交易中心。

从制造到“智造”

众所周知，石材制造是南安石材业的最大主业。从全国甚至全世界采购石材，搬运到南安本地进行加工，然后卖给全世界，这是南安石材企业最显著的特征。然而，这样的一种传统特征，如今正在发生某种微妙的变化。

45.67亿年前的天外陨石、亚洲首例霸王龙足迹化石、1.2亿年前“网红蛙”、三叶虫遗迹化石、海洋古早鱼类化石……走进位于南安市水头镇的英良·石材自然历史博物馆参观，2000多件馆藏文物都与石头相关。

这座石材自然历史博物馆管区总占地面积2.5万平方米，由南安市英良集团